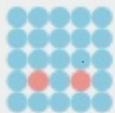




## DAFTAR ISI

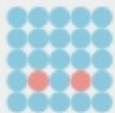
	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
I. PENDAHULUAN .....	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	
2.1 Analisis Kajian Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kerangka Teoritis .....	15
2.2.1 Merek Produk .....	15
2.2.2 Strategi Merek Dalam Manajemen Pemasaran .....	19
2.2.2.1 Perluasan Lini ( <i>Line Extension</i> ) .....	20
2.2.2.2 Perluasan Merek ( <i>Brand Extension</i> ) .....	21
2.2.2.3 MultiMerek ( <i>Multibrand</i> ) .....	22
2.2.2.4 Merek Baru ( <i>Newbrand</i> ) .....	22
2.2.3 Membangun Ekuitas Merek .....	24
2.2.4 Peranan Merek Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Oleh Konsumen .....	32
2.2.5 Riset Pasar dan Merek .....	39
2.2.6 Karakteristik Pasar Tepung Terigu .....	44
2.3 Kerangka Pemikiran Konseptual .....	46
III. METODE PENELITIAN .....	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	49
3.2 Metode Penelitian .....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.4 Teknik Pengambilan Contoh .....	51
3.4.1 Populasi .....	51
3.4.2 Unit Sampel ( <i>Sampling unit</i> ) .....	51





Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

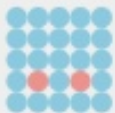
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

3.4.3 Elemen Sampel ( <i>Elemen Sampling</i> ) .....	52
3.4.4 Jumlah Sampel ( <i>Sampling Size</i> ) .....	52
3.4.5 Prosedur Pengambilan Contoh ( <i>Sampling Procedures</i> ) ....	52
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	53
3.6 Metode Analisis .....	55
3.6.1 Pengujian Alat Ukur .....	55
3.6.1.1 Uji Validitas Alat Ukur .....	55
3.6.1.2 Uji Realibilitas Alat Ukur .....	56
3.6.1.3 Tabulasi Deskriptif .....	57
3.6.1.4 <i>Multivariate Dependence Analysis Methods</i> .....	57
<b>IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
4.1 Sejarah Perusahaan .....	60
4.2 Struktur Organisasi .....	66
4.3 Produk-Produk PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	69
4.3.1 Tepung Terigu .....	69
4.3.1.1 Tepung Terigu Merek Segitiga Biru .....	69
4.3.1.2 Tepung Terigu Merek Cakra Kembar .....	69
4.3.1.3 Tepung Terigu Merek Kunci Biru .....	70
4.3.1.4 Produk-Produk Baru .....	70
4.3.2 Pasta .....	73
4.3.3 Produk Sampingan Lainnya .....	74
4.3.3.1 Tepung Industri Cap Anggrek .....	74
4.3.3.2 Pellet Gandum Cap Kepala Sapi .....	75
4.3.3.3 <i>Pollard</i> Gandum Cap Angsa .....	75
4.3.3.4 <i>Bran</i> Gandum Cap Kepala Kuda .....	75
4.4 Aspek Produksi .....	76
4.4.1 Proses Produksi .....	76
4.4.2 Pengendalian Mutu .....	80
4.5 Aspek Pemasaran .....	82
4.5.1 Keterkaitan Perusahaan, Distributor dan Edukasi Konsumen .....	82
4.5.2 Optimisme Penjualan, Harga dan Promosi .....	84
4.5.3 Perusahaan dan Lingkungan Sosial .....	86
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	89
5.2 Identitas Responden .....	90
5.2.1 Jenis Pekerjaan .....	91
5.2.2 Lama Usaha dan Usia Responden .....	92
5.2.3 Usaha Yang Dilakukan Sebelumnya .....	92
5.2.4 Jumlah Pekerja .....	93
5.2.5 Nilai Penjualan ( <i>Omzet</i> ) Responden .....	94



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan .....	141
6.2 Saran .....	142
DAFTAR PUSTAKA .....	144
LAMPIRAN .....	147



MB-IPB  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkembangan Konsumsi dan Proyeksi Kebutuhan Tepung Terigu Menurut Sektor Pemakainya Tahun 1997 – 20001 .....	2
2.	Proporsi Jumlah Sampel Penelitian .....	52
3.	Jenis Kemitraan Yang Dilakukan PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	87
4.	Uji Korelasi <i>Product-Moment</i> Antara <i>Pre-test</i> dan <i>Post-test</i> .....	90
5.	Keragaan Responden Berdasarkan Jenis Usaha .....	91
6.	Keragaan Responden Berdasarkan Jenis Usaha Yang Dilakukan Sebelumnya .....	93
7.	Keragaan Responden Berdasarkan Jumlah Pekerja .....	94
8.	Keragaan Responden Berdasarkan Nilai Penjualan ( <i>Omzet</i> ) Perhari .....	95
9.	Keragaan Responden Berdasarkan Keterampilan Kerja .....	96
10.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Sumber Keterampilan .....	97
11.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Tepung Terigu .....	98
12.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Alasan Penggunaan Tepung Terigu .....	99
13.	Merek-Merek Tepung Terigu Yang Dikenal Responden .....	100
14.	Merek-Merek Tepung Terigu Yang Menjadi Pilihan Responden .....	101
15.	Merek-Merek Tepung Terigu Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills Yang Diingat Responden .....	103
16.	Keragaan Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Tepung Terigu Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	103
17.	Sumber Informasi Mengenai Merek Yang Digunakan Responden ...	105
18.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Sumber Informasi Utama ..	105
19.	Keragaan Responden Berdasarkan Jumlah Kebutuhan Tepung Terigu Perhari, Jumlah Setiap Pembelian Dan Jumlah Persediaan Perminggu .....	108
20.	Keragaan Responden Berdasarkan Tempat Pembelian .....	108
21.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Lokasi Pembelian .....	109
22.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Pemilihan Lokasi Pembelian Tepung Terigu .....	110
23.	Pemeringkatan Atribut Tepung Terigu .....	111





24.	Pemeringkatan Atribut Tepung Terigu Berdasarkan Tingkat Kepentingan .....	112
25.	Alasan Responden Menggunakan Merek Tepung Terigu Tertentu ....	113
26.	Keragaan Responden Berdasarkan Pertimbangan Merek Dalam Keputusan Pembelian .....	114
27.	Keragaan Responden Berdasarkan Cara Pembelian .....	114
28.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Cara Pembelian .....	115
29.	Keragaan Responden Berdasarkan Pengalaman Melihat Iklan Produk Tepung Terigu PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	117
30.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Pengalaman Melihat Iklan.	118
31.	Media Iklan Yang Pernah Dilihat Responden .....	119
32.	Hal Yang Menarik Bagi Responden Dari Iklan .....	119
33.	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	120
34.	Merek-merek Tepung Terigu PT Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills Yang Pernah Digunakan Responden .....	122
35.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Merek Pilihan Utama .....	123
36.	©Keragaan Responden Berdasarkan Pengalaman Berganti Merek ...	123
37.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Pengalaman Berganti Merek .....	125
38.	Keragaan Responden Berdasarkan Alasan Berganti Suatu Merek Tepung Terigu .....	125
39.	Alasan Responden Untuk Tidak Berganti Merek Tepung Terigu Tertentu .....	126
40.	Keragaan Responden Berdasarkan Kebiasaan Melakukan Perbandingan Terhadap Merek-Merek Tepung Terigu .....	126
41.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Tindakan Perbandingan Merek Produk Tepung Terigu .....	127
42.	Keragaan Alasan Melakukan Perbandingan Responden Dalam Memilih Suatu Merek Tepung Terigu .....	128
43.	Keragaan Responden Terhadap Kemungkinan Berganti Merek Tepung Terigu Jika Produk Yang Dihasilkan Gagal .....	129
44.	Tabulasi Silang Antara Jenis Usaha dan Alternatif Berganti Merek Jika Produk Gagal .....	130
45.	Alasan Responden Untuk Tidak Berganti Merek .....	131
46.	Alasan Responden Berganti Merek Tepung Terigu .....	131
47.	Alternatif Tindakan Responden Jika Merek Yang Biasa Dibeli Tidak Tersedia Di Tempat Penjualan .....	132
48.	Frekuensi Responden Yang Masih Menggunakan Merek Tepung Terigu Tertentu Yang Diproduksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	133
49.	Alasan Responden Mempertahankan Pemakaian Produk Tepung Terigu PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	134





## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Strategi Merek Produk .....	20
2.	Strategi Merek Produk .....	23
3.	Unsur-Unsur Ekuitas Merek .....	30
4.	Konsep Membangun Merek .....	31
5.	Perilaku Konsumen Terhadap Suatu Merek Produk .....	33
6.	Model Pengambilan Keputusan Konsumen .....	36
7.	Proses Analisis Mengenai Merek .....	42
8.	Alur Penelitian Analisis Efektivitas Merek Produk Terhadap Keputusan Pembelian PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	48
9.	Lokasi Pabrik Penggilingan Tepung Terigu PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills Di Tanjung Priok, Jakarta Utara .....	65
10.	Struktur Organisasi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	68
11.	Contoh Kemasan Produk Tepung Terigu Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills Dalam Kemasan Satu Kg. ....	70
12.	Contoh Kemasan Tepung Terigu Merek Segitiga Merah .....	71
13.	Contoh Kemasan Tepung Terigu Merek Lencana Merah .....	72
14.	Contoh Kemasan Tepung Terigu Merek Piramida .....	72
15.	Contoh Kemasan Tepung Terigu Merek Cakra Kembar Emas.....	73
16.	Contoh Produk Pasta Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills.....	74
17.	Contoh Kemasan Produk Pakan Ternak Produksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	75
18.	Proses Produksi Penggilingan Gandum Di PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills.....	79
19.	Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	91
20.	Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha Yang Dilakukan Sebelumnya.....	93
21.	Proporsi Responden Berdasarkan Nilai Penjualan ( <i>omzet</i> ) Perhari .....	95
22.	Proporsi Merek – Merek Tepung Terigu Yang Menjadi Pilihan Utama Responden.....	102
23.	Proporsi Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Tepung Terigu Bogasari.....	104
24.	Kergaan Responden Berdasarkan Cara Pembelian .....	115
25.	Proporsi Responden Berdasarkan Pengalaman Melihat Iklan Produk Tepung Terigu PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	117

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



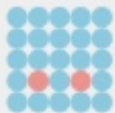
MB-IPB  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor



26.	Proporsi Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	120
27.	Proporsi Responden Berdasarkan Pengalaman Berganti Merek...	124
28.	Proporsi Responden Berdasarkan Kebiasaan Melakukan Perbandingan Terhadap Merek – Merek Tepung Terigu .....	127
29.	Proporsi Hal – Hal Yang Dibandingkan Oleh Responden Dalam Membeli Suatu Merek Tepung Terigu .....	128
30.	Proporsi Kemungkinan Berganti Merek Tepung Terigu Jika Produk Yang Dihasilkan Gagal .....	129
31.	Proporsi Hal Yang Dilakukan Responden Jika Merek Yang Biasa Dibeli Tidak Tersedia.....	133
32.	Proporsi Responden Yang Masih Menggunakan Merek Tepung Terigu Tertentu Yang Diproduksi PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills .....	134

© Hak Cipta Milik IPB

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



**MB-IPB**  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

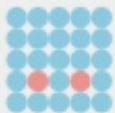


## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	147
2.	Code Book Kuesioner Penelitian .....	152
3.	Ringkasan Umum Data Hasil Penelitian .....	158
4.	Tabel Korelasi <i>Product- Moment</i> .....	161
5.	<i>Thurstone Analysis</i> .....	162
6.	<i>Discriminant Analysis</i> .....	165

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB  
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.